|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **D. Fecha de elaboración:** | 04/05/2020 | **E. Periodo al que aplica:** | Mayo-Agosto |

|  |
| --- |
|  **I. Información General** |
| **Programa Educativo:**  | TSU en Desarrollo de Negocios: área Mercadotecnia |
| **Nombre de la Asignatura:** Mezcla promocional II | **Grupo:** DN52 |
| **Cuatrimestre:**  | Quinto |
| **Nombre del Docente:** Juan Arturo Marquez Illescas |

**PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN**

| **III. Planeación por tema / sesión** |
| --- |
| **Número y Nombre de la Unidad de Aprendizaje** | **Tema de aprendizaje** | **Actividades de los Estudiantes** | **Link o material sugerido para realizar las actividades** | **App utilizada / Id o invitación para ingresar.**  | **Evidencia y fecha de entrega** | **Ponderación** |
|
| Unidad I. Promoción de ventas | Fundamentos de promoción de ventas | Trabajo en equipo:Cada uno de los integrantes deberá enviar la propuesta final del diseño de la marca y empaque que han estado trabajando en equipo en formato PDF con las siguientes características:1.- Portada (Con datos generales, Nombre de cada uno de los integrantes del equipo, profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)2.- Imagen en formato jpg. del diseño de la marca (el diseño deberá ser el que se haya elegido por todos los integrantes).3.- Imagen en formato jpg. del diseño de la etiqueta (el diseño deberá ser el que se haya elegido por todos los integrantes).Trabajo individual:De manera individual deberás realizar un cuadro comparativo entre la promoción orientada al comercio y al consumidoren formato PDF que tenga las siguientes características:1.- Portada (Con datos generales nombre del alumno y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)2.- 4 Ventajas y 4 Desventajas Consulta de la página 4 a la 20 del PDF que esta en Classroom. | Links:<https://www.youtube.com/watch?v=LRzoZP6rTwA><https://www.youtube.com/watch?v=jeTIXHMlcPE>PDF consulta:https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details | https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzMjg1OTMwMTFa/details | PDF con marca y etiqueta de productoPDF con tabla de comparación entre promoción orientada al comercio y al consumidorFecha de entrega: 17 / 05 / 2020 | 20% |
| Unidad I. Promoción de ventas | Promoción orientada al comercio | Trabajo en equipo:Deberás crear una propuesta de promoción de ventas en formato PDF de tu producto que contenga:5 Estrategias orientadas al comercio5 Estrategias enfocadas al consumidor finalCon la siguientes características:1.- Portada (Con datos generales nombre del profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura), ASÍ COMO EL NOMBRE COMPLETO DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO).2.- Descripción de cada una de las estrategias (5 estrategias orientadas al comercio y 5 estrategias enfocadas al consumidor final)3.- Ejemplo del diseño digital de cada una de las estrategias (estas deberán tener calidad y buen diseño todo esto enfocado a su segmento de mercado, software a emplear Illustrator o Photoshop, de no contar con ellos podrás emplear algún otro te pido lo menciones en la descripción general de tu entregable)Consulta en el PDF de la página 25 a la 62 que esta en Classroom | Links: <https://www.youtube.com/watch?v=-Pv_goLdl9w><https://www.youtube.com/watch?v=eXF8n-tC6d0><https://www.youtube.com/watch?v=SnftVicXWbw>PDF consulta:https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details | https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzMzAwMzYzNzha/details | PDF con propuesta de promoción de ventas con ejemplosFecha de entrega: 24 / 05 / 2020 | 20% |
| Unidad I. Promoción de ventas | Promoción orientada al consumidor finalLegislación aplicable | Trabajo individualEl alumno deberá investigar acerca de la ley Federal de protección al Consumidor y la Ley Federal de Juegos y Sorteos, de donde realizará un entregable en formato PDF el cual incluirá:1.- Portada (Con datos generales: Nombre del alumno y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)2.- a) 10 artículos descritos (los mas importantes) de la ley Federal de protección al Consumidor b) 10 artículos descritos (los mas importantes) de la Ley Federal de Juegos y Sorteos Trabajo en equipo:Deberán entregaren equipo un archivo en PDF que contenga las siguientes características:1.- Portada (Con datos generales (Nombre del alumno y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura, ASÍ COMO EL NOMBRE COMPLETO DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO)2.- El Marco legal aplicable a las estrategias propuestas en equipo de la entrega 1, el cual incluirá:a) Nombre y domicilio de la persona física o moral que realiza la promoción.b) Identificación del bien o servicio promocionados y la explicación sobre el incentivo que se ofrece.c) Indicar el día en que inicien y aquel en que termine la promoción.d) La cantidad de bienes o servicios promocionados que cada consumidor podrá adquirir o contratar. De no precisarse, se entenderá que la cantidad es ilimitada. | Links:<https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/l_lfpc_ultimo_libro.pdf><http://www.juegosysorteos.gob.mx/work/models/Juegos_y_Sorteos/Resource/11/3/images/Reglamento%20de%20la%20Ley%20Federal%20de%20Juegos%20y%20Sorteos_Texto%20vigente.pdf><https://www.youtube.com/watch?v=rDbUAQR7tWk><https://www.youtube.com/watch?v=IBxCpSDPcyY><https://www.youtube.com/watch?v=bku-CZpm86g>PDF consulta:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzMjg1OTMxMzVa/details | PDF con 10 artículos de la ley Federal de protección al Consumidor y 10 artículos de la Ley Federal de Juegos y SorteosPDF que incluya el marco legal aplicable a las estrategias de promción propuestasFecha de entrega: 31 / 05 / 2020 | 30% |
| Unidad I. Promoción de ventas | EXAMEN | EXAMEN UNIDAD I | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | EXAMEN EN LÍNEAVÍA CLASSROOMFecha de entrega:29 / 05 / 2020  | 20% |
| Unidad II. Publicidad | Fundamentos de Publicidad | Entregable 4 UNIDAD IITrabajo individual:Desarrollar una línea de tiempo donde coloques los principales eventos que dieron origen y evolución a la publicidad. Puedes emplear cualquier técnica o software para su desarrollo.Deberán entregar en un PDF los siguientes elementos: 1.- Portada (Con datos generales: Nombre del alumno y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)2.- Línea de tiempo empleando técnica libre | LINKS:<https://www.youtube.com/watch?v=Y8WM8A1e0VE><https://www.youtube.com/watch?v=8f-rNQ25_lo><https://www.youtube.com/watch?v=RaPigZ2V-SU><https://www.juancmejia.com/marketing-digital/historia-de-la-publicidad-evolucion-desde-los-egipcios-hasta-la-publicidad-online/>PDF CONSULTA:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | PDF que incluya línea de tiempoFecha de entrega: 07 / 06 / 2020 | 10% |
| Unidad II. Publicidad  | Medios Audiovisuales | Entregable 5 UNIDAD IITrabajo Individual:En un mapa mental define el concepto y características de los 4 medios publicitarios que se mencionan a continuación:- Medios Impresos- Medios Audiovisuales- Medios de tránsito- Medios InteractivosEl mapa mental lo deberás realizar en algún software que permita crear mapas mentales Ejemplos:bubblMindMeisterLucidchartCreatelyHay muchos softwares gratuitos en línea para la creación de mapas mentales.El archivo lo deberás subir en fomato jpg. | LINKS:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDY0MTBa/details><https://bubbl.us/><https://www.lucidchart.com/pages/es/landing/herramienta-de-mapeo-mental?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=es_mexico_desktop_nb_x_exact&km_CPC_CampaignId=1487565753&km_CPC_AdGroupID=56488599334&km_CPC_Keyword=mapas%20mentales%20en%20linea&km_CPC_MatchType=e&km_CPC_ExtensionID=&km_CPC_Network=g&km_CPC_AdPosition=&km_CPC_Creative=289701950638&km_CPC_TargetID=kwd-356289443429&km_CPC_Country=1010141&km_CPC_Device=c&km_CPC_placement=&km_CPC_target=&mkwid=sMLX2lRJs_pcrid_289701950638_pkw_mapas%20mentales%20en%20linea_pmt_e_pdv_c_slid__pgrid_56488599334_ptaid_kwd-356289443429_&gclid=EAIaIQobChMIwJCYyuWV6QIVEtbACh1-kQSREAAYAyAAEgJljvD_BwE>PDF CONSULTA:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | JPG Mapa mentalFecha de entrega: 14 / 06 / 2020 | 10% |
| Unidad II. Publicidad | Fundamentos de Publicidad | Entregable 6 UNIDAD IITrabajo individual:Deberán investigar los principales artículos de reglamentación vigente que regula la publicidad: - Ley federal de protección al consumidor- Ley federal de competencia- Ley general de salud en materia de publicidad- Ley federal de radio, televisión y cinematografíaDeberán entregar en un PDF los siguientes elementos: 1.- Portada (Con datos generales: Nombre del alumno y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)a) 10 artículos descritos (los mas importantes) de la Ley federal de competenciab) 10 artículos descritos (los mas importantes) de la Ley general de salud en materia de publicidadC) 10 artículos descritos (los mas importantes) de la Ley federal de radio, televisión y cinematografía | LINKS:<https://www.cofece.mx/nueva-ley-federal-de-competencia-economica/><http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rlgsmp.html><http://www.sct.gob.mx/fileadmin/_migrated/content_uploads/Ley_Federal_de_Radio_y_Television.pdf><https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/MTA1NDA3Mzk5MTg3/details>PDF CONSULTA:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | PDF que incluya los artículos de las diversas leyesFecha de entrega: 21 / 06 / 2020 | 10% |
| Unidad II. Publicidad | Plan Creativo | Entregable 7 UNIDAD IITrabajo en equipo:En equipo desarrollarán una exposición donde hablen del origen, beneficios, usos, función y sistemas de impresión o de etiquetado que pueden emplearse con el tipo de material que les sea asignado, estos materiales son los mas empelados dentro de la industria como lo son el plástico y /o PET, cartón, aluminio, vidrio.1.- Plástico y PET (independiente de los solicitado en las instrucciones los grados del PET, plástico en función a bolsas, empaques (celofán) y material para protección o envoltura para productos) Equipo asignado: Prolen2.- Cartón (independiente de los solicitado en las instrucciones, deberán investigar acerca de todo tipo del cartón para refrigeración, para embalaje, para empaque, entre otros) Equipo asignado: Milxo3.- Aluminio (independiente de los solicitado en las instrucciones todas sus características y usos, empleos) Equipo asignado: Efficense4.- Vidrio: (independiente de los solicitado en las instrucciones sus usos, aplicaciones, beneficios, ventajas) Equipo asignado: Bondo Deberán entregar en un PDF los siguientes elementos: 1.- Portada (Con datos generales: Nombre de cada uno de los integrantes del equipo y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)2.- Exposición de cada material de acuerdo a la asignación a cada equipo  | LINKS:<https://www.youtube.com/watch?v=27pKh1hpF0g><https://www.youtube.com/watch?v=BSThjpi-UJ4><https://www.youtube.com/watch?v=CadNN-RKtIw><https://www.youtube.com/watch?v=-R_-TuiDyys><https://www.youtube.com/watch?v=uQvCZG3n6-o><https://www.youtube.com/watch?v=7dtTZMAAmMo><https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/MTA1NDA3Mzk5MjIw/details>PDF CONSULTA:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | PDF que incluya la exposición asignada de acuerdo a su equipo de trabajoFecha de entrega: 28 / 06 / 2020 | 10% |
| Unidad II. Publicidad | Medios Impresos/ Publicidad Exterior | Entregable 8 UNIDAD IITrabajo en equipo:En equipo deberás desarrollar por lo menos 5 medios impresos y 5 elementos de publicidad exterior que emplearas dentro de tu proyecto. Deberán entregar en un PDF los siguientes elementos: 1.- Portada (Con datos generales: Nombre de cada uno de los integrantes del equipo y profesor, tema, fecha materia, escudo de la institución y de la licenciatura)2.- 5 Medios impresos3.- 5 Elementos publicitarios  | LINKS:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/MTA1NDA3Mzk5MzI4/details>PDF CONSULTA:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | PDF que incluya 5 medios impresos y 5 elementos publicitariosFecha de entrega: 05 / 07 / 2020 | 10% |
|  | Plan de Medios | Entregable 9 UNIDAD IITrabajo en equipo:Deberás desarrollar una presentación acerca de los diversos sistemas de impresión que serán asignados por equipo, en esta exposición deberán salir a cuadro y dar la exposición empleando su celular para poder grabarse, unir todos sus trabajos en algún software de uso domestico no profesional para poder unir todas las exposiciones y entregar un solo video.EQUIPO BODNO: OFFSET, OFFSET EN SECO, PLOTTEO O GRANDES FORMATOSEQUIPO PROLEN: HUECOGRABADO, FLEXOGRAFÍAEQUIPO EFFIESSENCE: TAMPOGRAFÍA, SERIGRAFÍAEQUIPO MILXO: TRANSFER, SUBLIMACIÓN, CORTE VINIL, SANDBLASTDeberán entregar un video con los siguientes elementos: 1.- Presentación de los integrantes y temas a desarrollar2.- Exposición de cada tema asignado3.- Conclusiones4.- Referencias del material utilizadoTrabajo individual:Desarrollar una tabla comparativa entre Publicidad ATL y BTL en formato PDF que contenga:5 diferencias entre una y otra. | LINKS:<https://www.youtube.com/watch?v=G765aCUImrM><https://www.youtube.com/watch?v=4kgn5VGz3Qs><https://www.youtube.com/watch?v=uIB0Ly-8CiY><https://www.youtube.com/watch?v=CKcyrA8b4jQ><https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDY0MzJa/details>PDF CONSULTA:<https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/m/OTUzNDQzMDY4MTNa/details> | <https://classroom.google.com/c/OTUzMDY0MjU3NTha/a/OTUzNDQzMDU5Nzha/details> | Tabla comparativa y Video ExposiciónFecha de entrega: 12 / 07 / 2020 | 10% |